

*Н. В. Качмашева, редактор  
газеты «Верх-Исетский ра-  
бочий»*

## **Заводская газета для всей семьи**

### *Краткая характеристика газеты*

Корпоративная газета «Верх-Исетский рабочий» («ВИР») – основана 6 октября 1923 года, еженедельная, формат А3, 12-полосная (3,5 полосы – телепрограмма), первая и последняя полосы в два цвета, распространяется по подписке, традиционный тираж 2,5–3 тысячи.

«ВИР» формирует и отражает корпоративную политику двух предприятий: ООО «ВИЗ-Сталь» (металлургическое производство) и ОАО «ВИЗ» (эмальпроизводство). Содержание газеты лежит на плечах обеих компаний. «ВИР» находится в структуре управления персоналом и связями с общественностью, газету курирует заместитель гендиректора – директор вышеупомянутого управления.

Штат редакции – 3 человека: редактор, его заместитель, корреспондент.

Газета носит третье имя. Вначале она появилась в форме стенгазеты и называлась «Красный кровельщик». Название вполне соответствовало времени: во-первых, тогда завод занимался производством кровельного железа, которое иногда называли «красным», и, во-вторых, к власти под красными знаменами пришли большевики.

При переходе завода на производство трансформаторной стали газета в 1932 году сменила свое название на «Трансформаторную сталь».

Имя «Верх-Исетский рабочий» появилось в 1938 году, вероятно, по аналогии с названиями «больших» газет: «Уральский рабочий», «Тагильский рабочий» и т.д. и, конечно, было «объемнее» предыдущего конкретного названия.

Традиционным форматом заводской газеты всегда оставался А3. Иногда он менялся на А4, но это происходило по серьезным причинам (на формате А4 «ВИР», например, выходил в годы войны). Были времена (хотя и непродолжительные), когда «ВИР» выходил 2–3 раза в неделю, но в основном всегда оставался еженедельником. Что касается числа полос, то, как правило, это были 4 традиционные полосы.

На протяжении всех десятилетий советского периода «ВИР» многогранно освещал работу Верх-Исетского металлургического завода и жизнь его многотысячного коллектива. И хотя газета того периода никогда не выходила за рамки своего предприятия, публикации касались

не только производства. Как все градообразующие предприятия, ВИЗ имел свою социальную инфраструктуру, где были и детсады, и больница, дом отдыха, пионерлагерь... Поэтому недостатка в темах у заводских журналистов не было. При этом активно было развито и рабковское движение. Наиболее талантливые из внештатных сотрудников получали звание «Почетный рабкор “ВИРа”», чем очень гордились. Помимо прочего, это было своего рода пропуском на страницы городских и областных печатных изданий. При поддержке заводской газеты в цехах были созданы редколлегии, которые выпускали цеховые стенгазеты.

За советский период «ВИР» был лауреатом и дипломантом многих конкурсов многотиражных газет, имеет десятки почетных грамот, награжден множеством призов.

С 2000 года в газете происходят существенные преобразования: расширяется круг тем, меняется дизайн, увеличивается полнота. Сегодня «чистому производству» посвящена только одна треть 12-полосной газеты. Остальное пространство занимают материалы на темы общесоциального характера, районные и городские новости.

Есть несколько причин того, почему заводские корреспонденты вышли «за проходную».

Во-первых, с конца 80-х годов журналисты стали ощущать информационный голод. На ВИЗе по экологическим соображениям было закрыто горячее металлургическое производство, в результате чего завод сразу сократился наполовину, а значит, исчезли многие производственные темы. Канули в Лету трудовые вахты, соцсоревнования, отчеты парткомов и профкомов, которые хоть и порядком поднадоели, но были неотъемлемой частью содержания любой многотиражки.

Во-вторых, социальная сфера ВИЗа отошла в муниципалитет и увела за собой весь информационный социум газеты. Появилась реальная угроза мелкоотемья. Журналисты заводской многотиражки начинали ходить по довольно узкому кругу, стали появляться дежурные статьи. В то же время оставались люди, которые продолжали не только работать на ВИЗе, но и жить в этом районе, городе. Периодически у них возникали социальные проблемы, которые решались теперь не силами завода, а на городском уровне. И совершенно естественно произошло то, что и должно было произойти: заводчане по привычке со всеми вопросами обращались в газету, но журналисты для выяснения обстоятельств должны были теперь выходить на городские структуры. И они вышли. Тем более что ниша районного СМИ оставалась пустой.

Почему газета в три раза увеличила свою полосность и сменила дизайн?

Решив выпрыгнуть из «заводского кафтана», коллектив редакции понял, что газета должна «повзрослеть» и по форме, и по содержанию.

Прежде всего, было понятно, что рядом с огромным количеством качественно сделанных по дизайну газет «ВИР» не может оставаться в старом формате безликой многотиражки. В результате «ВИР» изменил свой модуль, увеличил полосность, добавил цвет и вообще стал серьезнее относиться к дизайну. Но сразу же возникли трудности, которые сохраняются и до сих пор. Сотрудникам заводских газет зачастую не хватает профессиональных знаний и опыта. В то время как журналистские и PR-технологии стремительно развиваются, многотиражники варятся в собственном соку. Те дорогостоящие семинары, которые проводятся для российских СМИ (и откуда постоянно приходят приглашения), неподъемны, да и, в общем-то, нам не нужны. Нужны регулярные, местные и сравнительно недорогие краткосрочные семинары для журналистов корпоративных СМИ. Может, они где-то и проводятся, но информации об этом у редакции «ВИРа» нет, а так хотелось бы поучиться чему-то новому.

Что же касается содержания газеты, то оно тоже изменилось. И, прежде всего, потому, что «ВИР» действительно заинтересован в сохранении своей аудитории: с середины 70-х годов газета распространяется только по подписке.

Именно поэтому в свое время редакция провела анкетирование и узнала своего читателя: это заводчанин (заводчанка) 40–45 лет; других газет не выписывает, хотя интересуется новостями; аполитичен, уставший от перегибов социализма, но негативно относящийся к современной вседозволенности, уважающий традиции, семейный, имеет детей, интересы разносторонние, зачастую садовод, любит юмор и т. д. Кстати, в последние годы на заводе появилось много молодежи, поэтому газета стала больше ориентироваться на молодого читателя. Собственно, результаты анкеты и предопределили довольно широкую тематику: так как в доме других газет нет, «ВИР» должен быть полезен и интересен для всей семьи.

И все-таки приоритетной остается заводская тематика. За последние годы она тоже заметно изменилась и, прежде всего, потому, что газета работает на две компании и отражает корпоративную политику ООО «ВИЗ-Сталь» и ОАО «ВИЗ». Редакции важно сохранять паритет, поэтому в каждом номере газеты присутствуют материалы о работе обеих компаний. В то же время под крышей старого завода для металлургов

и эмалировщиков общими остаются спортивные и праздничные мероприятия, события социального характера, о чем газета непременно сообщает и делает репортажи.

Какова заводская тематика «ВИРа»? Это могут быть вопросы производства (итоги подводятся на страницах газеты ежемесячно), технологий, модернизации, соревнований (вместо прежних соцсоревнований существует трудовое соперничество), техники безопасности и культуры производства... Иначе говоря, остались все традиционные для заводской газеты темы, как, собственно, и зарисовки о людях. Коренным заводчанам это интересно, поэтому довольно часто они предлагают нам темы сами. В результате исчезли «высосанные из пальца» темы. Появление любой статьи чем-либо обусловлено. При этом подход журналистов к любому заводскому материалу одинаков: «Наши предприятия самые лучшие. Но у нас, как и везде, могут возникать проблемы, которые не замалчиваются и которые обязательно будут решены». Обсуждая любую проблему на любом уровне, авторы ведут себя не только корректно, но и всегда предоставляют право высказаться представителям власти. Корреспонденты «ВИРа» не испытывают комплексов «многотиражника», и, если нужно, обращаются в любые инстанции: зачастую на их вопросы отвечают не только городские чиновники, но и областные министры, хотя пробиться к ним бывает непросто.

Что касается зарисовок о людях и коллективах, то их стало в газете меньше (хотя День Победы, День металлурга, День завода – это дело святое!). Редакция перестала, как в прежние времена, обзванивать цеха и просить любую кандидатуру для очередной зарисовки. Или, что было еще хуже, статьи о человеке появлялись в газете только в связи с его солидным юбилеем. В результате создавалось общее впечатление о довольно преклонном возрасте заводчан, да и молодежь, за которой будущее, была незаслуженно забыта. Сегодня журналисты «ВИРа» пишут о человеке только по инициативе рабочего коллектива либо коллег. Поэтому, как правило, это яркая личность, о которой и писать, и читать интересно. Немаловажно и то, что появление человека на страницах заводской газеты стало восприниматься определенной наградой, которую нужно заслужить. Кстати, в «ВИРе» может появиться зарисовка и о жителе Верх-Исетского района, но этот человек обязательно должен быть знаком многим (например, был материал о министре областного правительства Семене Спекторе, но мы о нем писали, как об узнике немецкого гетто в годы войны).

Как с одним из пережитков социализма, пришлось расстаться с доморощенными поэтами, которых на протяжении многих десятилетий

многотиражки должны были пестовать под рубрикой «Творчество наших читателей». В результате публиковались откровенно слабые стихи, снижая тем самым общий уровень газеты. Что касается рабкоров, то их сейчас в том виде, в котором они были раньше, тоже нет. Тем не менее, существует ряд руководителей и специалистов, которые постоянно выступают на страницах «ВИРа», так как курируют вопросы производства, модернизации, социальной политики и т. д. В этом случае редакция стремится как можно меньше отвлекать собеседника от его основной деятельности: журналист записывает рассказ человека на диктофон, пишет статью, отправляет ее на согласование, после чего материал идет в печать.

Газета отказалась и от публикации сухих отчетов. Вместо этого журналисты «ВИРа» предлагают теперь форму информационно-аналитической статьи с подзаголовками. Тем не менее, большой материал воспринимается всегда довольно сложно, поэтому корреспонденты стараются писать статьи не более 200 строк, хотя, конечно, бывают исключения. Совершенно очевидно, что интервью воспринимается читателями гораздо лучше: четкий вопрос – четкий ответ. Зачастую газета практикует блиц-опросы: как правило, люди высказывают свое мнение о каком-то событии не только в масштабах города, страны, но иногда и мира (например, терроризм). Нашими собеседниками в этих случаях становятся не только заводчане, но и люди на улицах Верх-Исетского района.

Кстати, в течение определенного времени газета тесно сотрудничала с администрацией района. Однако спустя год-полтора стало очевидно, что, пользуясь площадью корпоративной газеты для пропаганды своей деятельности, муниципальная власть ничего не предлагает взамен. В результате от такой формы сотрудничества пришлось отказаться, хотя «ВИР» не исключает возможности возобновления взаимоотношений с районной администрацией, но на принципиально новых условиях. Что же касается районных тем, то они как были в газете, так и остаются, и если у читателей есть вопросы к местным чиновникам, то журналисты их задают и получают ответы.

Газета практикует «прямые линии» и «круглые столы». Это, как правило, происходит во время обсуждения глобальных вопросов, поэтому случается не часто и требует серьезной организационной работы. Одна из последних «прямых линий», во время которой на вопросы читателей отвечала руководитель районного управления соцобеспечения, касалась монетизации льгот и проходила в нескольких номерах «ВИРа» в конце 2004 – начале 2005 гг. Последний «круглый стол»

редакция провела в одной из гостиных районного центра культуры. Он был приурочен к Дню Победы и собрал за праздничным столом ветеранов войны, как с завода, так и из района, о чем вышел двухполосный репортаж в газете.

Традиционными для газеты остаются и конкурсы среди читателей, которые, как правило, проводятся в связи с какими-либо датами и событиями – приуроченные к Дню металлурга, Дню завода, например. При этом многолетний опыт показывает, что среди целого блока предлагаемых конкурсов наиболее популярными остаются конкурсы «На лучшее стихотворение о заводе», зарисовки «Металлург о металлурге», «Рассказ по фотографии». На протяжении долгих лет в «ВИРе» существует рубрика «Юридическая консультация», где по телефонам редакции читатели задают свои вопросы заводским юристам и через газету получают на них бесплатные ответы.

На протяжении десятилетий «Верх-Исетский рабочий» проводит спортивные соревнования на приз газеты (в 2005 году они проходили в 50-й раз). В связи с этим учрежден переходящий кубок. За долгие годы эти соревнования несколько трансформировались. Если раньше упор делался только на спортивную эстафету, то теперь работники обоих предприятий больше предпочитают мини-футбол, хотя при этом эстафета остается. Поэтому, если раньше соревнования проводились одномоментно, то теперь за приз газеты сражаются дважды в год. Как правило, эстафета проводится в День физкультурника, летом. А мини-футбольные баталии приурочены непосредственно к дню рождения газеты (6 октября) и проводятся в крытом манеже «МФК «ВИЗ-Синара».

В этой связи нельзя не сказать о полном взаимопонимании редакции «ВИРа» и руководства обоих предприятий. Без материальной поддержки со стороны администраций журналисты «ВИРа» не смогли бы провести ни одно мероприятие. Кроме того, при проведении крупных мероприятий редакция всегда опирается на помощь заводских организаторов.

На протяжении многих десятилетий на заводе существует радио. В течение всего рабочего дня оно передает российские новости и музыкальные блоки, за чем следят связисты. Кстати, ежедневно по всей территории завода с 7.30 они транслируют музыку для идущих на работу.

За соблюдением сетки радиоканалов следит редакция газеты «ВИР», она же проводит заводские радиопередачи. Во времена большого штата журналистов существовал отдельный редактор радио и делал

специальные радиопередачи. С 80-х годов радиосценарии начал писать редактор газеты. Передача стала транслироваться один раз в неделю в записи. Как правило, это обзоры еще не вышедшего в свет номера газеты и заводская информация за неделю. Кроме того, существует прямой эфир, который редактор использует для объявлений и оперативной информации. В последние годы особой популярностью у заводских слушателей пользуются концерты по заявкам, которые они готовы слушать к каждому празднику. Однако возможности редакции ограничены (нужно набрать материал о человеке либо о коллективе, найти для него песню, написать сценарий, записаться и смонтировать, как правило, полторачасовую передачу), поэтому такие концерты проводятся только к Дню металлурга и к Дню завода. Кстати сказать, в 2005 году концерт по заявкам к Дню металлурга пришлось повторить – слишком много было желающих послушать передачу еще раз.

В последние годы редакции приходится заниматься не только творчеством. Жизнь заставляет считаться с рыночными условиями. Появилась задача минимизировать затраты на содержание газеты. В этом отношении в редакции произошло множество преобразований.

Во-первых, в настоящее время штат редакции «ВИРа» минимальный. Еженедельную 12-полосную газету выпускают три человека: редактор, его заместитель и корреспондент. В то же время редакция располагает прекрасной компьютерной техникой, оснащенной множеством программ, и цифровым фотоаппаратом, что позволяет работать коллективу, хотя и в довольно жестком режиме. Немаловажным остается тот факт, что редакция имеет доступ в Интернет, подписку на региональное информационное агентство и получает ежедневную почту от многих областных, городских, районных и ведомственных пресс-служб.

Во-вторых, с целью снижения типографских затрат компьютерная верстка с 2003 года проводится в редакции. Кроме того, «ВИР» сменил типографию на более дешевую, хотя при этом качество полиграфии стало слабее. Но в этом вопросе редакция тесно сотрудничает с типографией и по многим вопросам уже нашла взаимопонимание.

В-третьих, газета распространяется по подписке – годовая подписка на 2005 год составила 150 рублей. Правом бесплатной подписки пользуются только пенсионеры, состоящие на учете в Совете ветеранов ВИЗа.

В-четвертых, учитывая дорогие услуги почтамта, подписка проводится на заводе с помощью ответственных по цехам и Совета ветеранов. Но здесь есть свой минус: замкнувшись на заводской территории, редакция не может увеличить количество своих подписчиков.

В-пятых, газета занимается рекламной деятельностью. Так как тираж «ВИРа» небольшой, то и расценки невелики – это, собственно, и привлекает рекламодателя. Надо сказать, что наиболее выгодными рекламодателями для нас являются страховые компании и банки. Кроме того, во время предвыборных кампаний «ВИР» занимается размещением политической рекламы. Тем не менее, на рекламодателя голод. Как, где и чем его может привлечь небольшая газета – об этом бы хотелось узнать у специалистов... Вообще, потребность в получении новых знаний, в обмене опытом с редакторами других заводских, корпоративных газет очень велика.

*Август 2005 г.*